

Abstrakt

Tématem této práce se staly nebankovní společnosti a jejich obraz, který média vytvářejí. V úvodu práce byly formulovány základní hypotézy související se společenským postavením a pověstí nebankovních firem. Jako výzkumná metoda byla zvolena kvantitativní obsahová analýza. Pro výzkum jsem stanovila výzkumný vzorek, který tvořily Hospodářské noviny, MF DNES a vybrané ekonomicko-politické časopisy. Zkoumané období jsem vymezila do dvou částí: březen – červen 2010 a září – prosinec 2010. Pro výzkum bylo dále stanoveno osm výzkumných otázek, orientovaných na rozsah jednotlivých článků, rubriku, ve které se vyskytují, novinářský žánr, kterým jsou napsány apod.

Součástí práce je i představení výsledků průzkumů mezi zaměstnanci a klienty společnosti *Provident Financial* a také analýza inzerce deníků MF DNES a Hospodářské noviny. Výsledky analýzy inzerce nepotvrdily jednu z hlavních hypotéz celé práce předpokládající, že nebankovní firmy v roli inzerentů mají jistý vliv na obsah zkoumaných médií. Výsledky kvantitativní obsahové analýzy počáteční hypotézy naopak potvrdily. Nebankovní společnosti nejsou médiu prezentovány jako neetické vyděračské spolky. Spíše jsou představovány jako firmy pohybující se v mezích zákonných norem s nárokem na své místo na finančním trhu. Zároveň splátkové firmy nejsou stěžejním tématem současných vydání novin.